
Importations de marchandises chinoises et mobilité sous-régionale en Afrique de l'Ouest

Import of Chinese Commodities and Sub-Regional Mobility in West Africa

Laurence Marfaing



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/etudesafricaines/18136>

DOI : 10.4000/etudesafricaines.18136

ISSN : 1777-5353

Éditeur

Éditions de l'EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 6 juillet 2015

Pagination : 359-380

ISSN : 0008-0055

Référence électronique

Laurence Marfaing, « Importations de marchandises chinoises et mobilité sous-régionale en Afrique de l'Ouest », *Cahiers d'études africaines* [En ligne], 218 | 2015, mis en ligne le 01 janvier 2015, consulté le 10 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/etudesafricaines/18136> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/etudesafricaines.18136>

© Cahiers d'Études africaines

Importations de marchandises chinoises et mobilité sous-régionale en Afrique de l'Ouest

Une grande partie des marchandises chinoises qui pénètrent en Afrique de l'Ouest, par les ports de Dakar, Banjul ou Nouakchott, sont vendues dans les marchés urbains et circulent dans l'espace sous-régional. Ces marchandises sont importées tant par les commerçants chinois, notamment ceux qui sont installés au quartier du Centenaire à Dakar (Bertoncello & Bredeloup 2006 ; Dittgen 2010b ; Marfaing & Thiel 2011), que par des commerçants africains (Marfaing & Thiel 2011, à paraître). Leur revente est uniquement le fait de commerçants, vendeurs et revendeurs africains. Depuis 2000, ces importations sont en augmentation constante. Ainsi tant la présence chinoise que ces importations de marchandises chinoises ont-elles un impact direct, non seulement sur les activités des petits commerçants sénégalais mais aussi sur les normes d'entrée dans le commerce, au Sénégal comme dans la sous-région (Marfaing & Thiel 2013) ou encore sur les habitudes de consommation.

L'importance des importations chinoises influe également sur la mobilité régionale dans la mesure où elle offre de nouvelles possibilités à nombre de jeunes Africains d'entrer dans l'activité commerciale. Le faible prix de ces marchandises et la flexibilité des Chinois pour vendre à toutes sortes d'acheteurs des quantités variées facilitent les transactions, en particulier pour ceux qui n'ont pas aisément accès aux commerces locaux. Enfin, cette dynamique commerciale provoquée par l'afflux de marchandises en provenance de Chine ainsi que les différences de législations sur leur entrée dans les différents pays de la sous-région, les taux de change des monnaies ou encore les différences de taxes douanières et de droits d'entrée sur les marchandises d'importation, ouvrent des opportunités d'affaires pour les jeunes commerçants frontaliers ou transnationaux.

Après avoir brièvement présenté la situation économique de ces importations au Sénégal, il s'agira ici de dégager un profil de ces nouveaux jeunes commerçants africains, de montrer comment ils organisent la distribution des produits étrangers dans l'espace sous-régional et de quelle manière les nouveaux canaux d'échanges participent à transformer les circulations, voire les stratégies migratoires dans la sous-région ouest-africaine. Il semble en effet que ces jeunes, qui ont su tirer profit de la présence chinoise et des stocks de marchandises, se sont adaptés et que leurs stratégies de migrations

internationales ne reproduisent plus à l'identique celles que leurs aînés avaient jusque-là développées. Ils ont en effet réussi à créer un espace spécifique dans lequel circulent ces marchandises qui ressemble fort, au niveau micro-économique, à une *technical zone* (Barry 2006 : 42). Il s'agit d'une nouvelle configuration articulée sur des axes de circulation historiques mais qui se caractérise par un nouveau type de relations entre ces nouveaux commerçants et des acheteurs aux demandes renouvelées, relations qui accentuent parallèlement certaines compétitions entre les différents acteurs.

Les possibilités de plus en plus rares d'émigrer dans une Europe en crise se traduisent par une recrudescence d'une mobilité sous-régionale directement induite par les conséquences de la présence chinoise en Afrique (Marfaing 2013). Cette mobilité, tant géographique que sociale, est le résultat d'une adaptation constante. Elle montre la capacité des jeunes à développer des comportements novateurs dans des contextes d'adversité environnementaux, économiques ou politiques ou à capter des opportunités déclenchées par l'installation de nouveaux acteurs dans l'espace social. Elle est patente aujourd'hui dans le cas de l'immigration chinoise, comme elle le fut à la période coloniale avec l'irruption des Européens sur le continent ou avec l'implantation des commerçants libanais ou maures dans le commerce local.

Méthodologiquement, pour observer ces comportements, le concept d'adaptation¹ nous semble être un des plus opérationnels. L'adaptation, en effet, est la capacité de transformer l'action par une mise en adéquation des pratiques et des comportements avec des variables externes, sociales, économiques, politiques ou environnementales, dans le but d'assurer la survie du sujet (de l'individu, d'une société ou même d'une espèce)². Elle est tant un processus qu'un résultat, en ce sens que chaque phase de l'action induit un nouveau comportement résultant de la mise en adéquation avec le changement constaté.

L'utilisation du terme d'adaptation sous-tend à l'origine des considérations d'ordre biologique et implique le rapport de l'individu à l'ordre naturel, à son milieu écologique (Robson 1978 : 284 *sq.*). La flexibilité de l'individu au sein d'un environnement donné est la clé de son adaptation. J. W. Bennett (1976) complète cette approche écosystémique pour insister sur le changement et la dynamique des systèmes sociaux ainsi que sur le rôle et les volontés du sujet, ses intentions, le contrôle social et les processus de décision. Face aux changements sociaux chaque personne met en relation les changements qu'il constate avec ses propres actions et réactions, volontairement ou non, et s'interroge sur les moyens à mettre en œuvre pour assimiler la nouveauté (Simonet 2009 : 6). Cette adaptation implique que l'individu soit totalement intégré à la société concernée, au groupe auquel il appartient ou désire appartenir, qu'il en partage les valeurs, les opinions

-
1. Adaptation est un vocable utilisé en biologie où le seul fait qu'un organisme puisse vivre dans un environnement donné fait preuve d'adaptation à son environnement (LABORIT 1976). Voir également le sens d'adaptation dans le contexte des théories évolutives (GOUYON 1984).
 2. Ce qui reste la définition du *stress*, selon H. LABORIT (1974).

et les attitudes (Boudon 2002). Réciproquement, elle induit des modifications dans la configuration sociale, puisque si la société façonne l'individu, celui-ci participe à transformer la société (Élias 1939).

Nous considérons donc l'adaptation comme un processus, celui où un individu ou un groupe d'individus prend conscience des changements environnementaux en cours, ici l'organisation marchande et/ou sociale, et agit en fonction en révisant leur comportement. Elle est une forme de transaction entre le sujet et le milieu, il s'agit « d'ajuster » les comportements (Simonet 2009 : 5) ou de « s'accommoder » au nouvel environnement (selon l'adaptation-processus de Piaget [cité dans Simonet 2009 : 3]). En plus de la prise en considération de ces deux éléments mis en présence, acteur et environnement, un troisième élément entre en jeu et se réfère au comportement habituel. Cet élément permettra de constater la nouveauté ou les éléments « étrangers » qui se profilent : l'adaptation implique une transformation du système de référence. Ces références sont adaptées, traduites pour fonctionner dans les nouvelles conditions détectées. C'est le sens de l'adaptation en anthropologie sociale (Guille-Escuret 2007 : 761) et c'est uniquement l'observation sur le long terme qui rend ces transformations/adaptations perceptibles (Bates 2005).

Les commerçants africains que nous allons présenter ici sont dans un processus d'adaptation en constante évolution en fonction des nouvelles variables qu'ils perçoivent. Ces variables sont tant la présence chinoise que celle des marchandises venant de Chine. En analysant les trajectoires de la circulation de ces nouveaux produits dans l'espace ouest-africain et les profils et les comportements de ceux qui les véhiculent, nous espérons identifier des processus spécifiques de mises en œuvre de comportements novateurs destinés à relever le défi de l'impact de ces nouveaux éléments en provenance d'Asie sur l'évolution tant des pratiques commerciales que des modes de consommation ou des manières de vivre. Nous mettrons ainsi en exergue les potentiels et la capacité d'adaptation qui déclenchent l'innovation et engagent l'appropriation de la nouveauté par des formes d'apprentissages et d'informations mutuelles en général au sein de réseaux auxquels appartiennent les commerçants/vendeurs ouest-africains concernés. Nous examinerons en premier lieu, au niveau spatial, comment ils adaptent les anciens circuits de migration et de mobilités sous-régionales puis parallèlement ou ensuite, quels modes de fonctionnement ils développent en regard des nouvelles conditions et des nouveaux lieux.

Les enquêtes réalisées pour illustrer ce propos ont été effectuées entre 2011 et 2013 dans le cadre du projet sur les interactions entre les commerçants chinois et sénégalais à Dakar³, dont une douzaine auprès d'étrangers

3. 102 *interviews* ont été menées par l'auteure, dans le cadre du projet conduit actuellement avec Karsten Giese et Alena Thiel, <http://www.giga-hamburg.de/english/index.php?file=rp_rt2_chinese_migration.html&folder=rp3>. Elles ont été complétées par celles effectuées sous notre direction par Mamadou Ba Sané, étudiant en Master à l'Université Gaston Berger à Saint-Louis, aux frontières de la Gambie et de la Mauritanie. Le chiffre entre parenthèses indiquera leur nombre.

de la sous-région de passage dans le quartier du Centenaire à Dakar où sont installés les commerçants chinois. Ces douze *interviews* ont été complétées par d'autres menées auprès de 50 commerçants sénégalais entre la Mauritanie et le Sénégal en décembre 2011 et en janvier 2012 auprès de 40 commerçants guinéens, gambiens et maliens à la frontière entre le Sénégal et la Gambie en route vers le Sénégal. Notre propos porte donc sur un *corpus* d'*interviews* menées auprès des commerçants ouest-africains rencontrés à Dakar ou aux frontières du Sénégal (102) et faisant le commerce de marchandises importées de Chine.

Situation au Sénégal et adaptation

Même si les hommes d'affaires sénégalais, déjà présents dès les années 1970 en Asie du Sud-Est et les années 1980 en République populaire de Chine (Marfaing & Thiel 2011), n'ont pas attendu la grande vague de libéralisation de la politique chinoise au tournant des années 2000 pour se ruer sur le marché chinois, ni même attendu que Dakar et Pékin renouent officiellement leurs relations diplomatiques en novembre 2006, c'est depuis cette période que les échanges entre les deux pays ont fait un réel bond en avant, et ce en faveur de la Chine⁴. Dans tous les marchés de la capitale sénégalaise, les marchandises *made in china* sont omniprésentes, du téléphone portable aux tissus en passant par les biens de consommation courante. De ce fait, les commerçants qui importent encore d'Europe estiment qu'ils ne pourront plus tenir très longtemps⁵. Les statistiques⁶ montrent que les commerçants sénégalais sont particulièrement actifs dans l'importation de matériel de construction, carrelages, portes et fenêtres, panneaux solaires, des sanitaires à la plomberie en passant par la quincaillerie. Cette activité nuit particulièrement aux importations des mêmes types de produits en provenance de France, d'Italie et d'Espagne. La concurrence chinoise a en effet des conséquences importantes sur les échanges avec l'Europe. En dehors des domaines d'importations de prêt-à-porter, de chaussures et de tissus, les commerçants chinois et africains sont respectivement actifs dans des créneaux différents. Lorsqu'ils proposent les mêmes produits, les opérateurs économiques sénégalais tentent de se démarquer de leurs concurrents asiatiques, en soulignant le fait que s'ils importent aussi des marchandises

4. Note d'analyse du commerce extérieur (NACE 2010 : 16, 36 ; 2011 : 64, 76) (République du Sénégal). Exportations vers la Chine, valeur CAF en millions de FCFA : 2006 : 4 922 ; 2007 : 2 067 ; 2008 : 1 766 ; 2009 : 11 215 ; 2010 : 7 780 ; 2011 : 8 773. Importations de Chine, valeur CAF en millions de FCFA : 2006 : 80 219 ; 2007 : 128 248 ; 2008 : 165 003 ; 2009 : 191 990 ; 2010 : 195 124 ; 2011 : 177 914.

5. *Interview* n° 15, 10/2/2011, Dakar.

6. Direction des Douanes à Dakar, Statistiques des passages en douane : importations de Chine 2005-2010.

chinoises, celles-ci sont de meilleure qualité car elles passent par Dubaï ou l'Occident où elles sont soumises à des contrôles plus stricts que les marchandises acheminées directement par les commerçants chinois de Dakar qui ne font l'objet d'aucun contrôle.

Malgré leurs activités propres, les syndicats de représentants du commerce sénégalais dénoncent la concurrence des commerçants chinois qu'ils considèrent déloyale. Nos enquêtes montrent d'ailleurs qu'ils ne craignent pas dans l'immédiat une concurrence au niveau de la vente des marchandises, mais que les Chinois venant au Sénégal s'immiscent dans les domaines qu'eux-mêmes maîtrisent depuis la fin des années 1970 : l'importation de marchandises chinoises au Sénégal et les marges bénéficiaires qu'ils en tirent (Marfaing & Thiel à paraître). Ainsi, depuis leur arrivée massive au début des années 2000, les stratégies et les créneaux de commerce se réorganisent au Sénégal, remettant en question l'organisation et les élites commerciales qui prévalaient. L'installation des petits commerçants chinois au Centenaire à Dakar permet à de jeunes Sénégalais de déployer des tactiques transièrres n'obéissant pas aux lois des lieux en matière d'entrée dans le commerce, de les transgresser en tirant parti de la présence chinoise et de ses activités commerciales à l'intérieur même du système normé, en y instaurant de la pluralité et de la créativité (de Certeau 1990 : 51-52). Avant l'arrivée des migrants chinois, beaucoup de Sénégalais sans emploi, des « gens sans parts » comme les appelle Achille Mbembe (2013 : 23), ne voyaient une chance de survie que dans la migration. Ils tirent partie de la présence chinoise dans la mesure où ils sont en relation directe tant avec les petits commerçants chinois qu'avec les petits commerçants sénégalais et étrangers qui gravitent autour d'eux⁷. Même s'ils restent nombreux à affirmer que s'ils en avaient l'occasion ils iraient en Europe, ces nouveaux acteurs, par leur « manière de faire » et leurs pratiques de détournement quotidiennes — au sens de « la créativité du faible » — développent des comportements. Ces comportements, s'ils peuvent se lire comme des facteurs de désordre, amorcent des restructurations du commerce au Sénégal dues tant à la présence chinoise qu'à l'afflux de marchandises chinoises sur le marché (Marfaing & Thiel 2013). Ils peuvent être interprétés comme un changement social, réorganisant une « mise en ordre sociopolitique » (de Certeau 1990 : XXXVIII), et ce notamment au niveau des normes d'entrée

7. Des enquêtes auprès de 49 jeunes travaillant comme commerçants indépendants dans le sillage des Chinois, dans le quartier du Centenaire à Dakar, montrent que 31 d'entre eux sont des migrants nationaux, 2 des migrants régionaux et 7 ont une expérience migratoire européenne ratée. Au Ghana, les *interviews* dirigées par Alena Thiel montrent que la situation est similaire. Les jeunes qui travaillent avec les Chinois au marché sont originaires, en majorité, des régions du nord du Ghana, en général musulmans, donc issus de la migration intérieure : sur 57, 49 sont des migrants nationaux, 7 des migrants régionaux et 1 a une expérience migratoire européenne.

dans le commerce. Le groupe de jeunes qui déploient des pratiques en les intégrant au monde du commerce n'est cependant pas homogène du fait de la diversité de leurs origines, de leurs objectifs à long terme, de leurs statuts et modes de vie.

Lorsque les commerçants chinois ont commencé à louer des garages dans le quartier résidentiel du Centenaire pour les transformer en boutiques, des commerçants ambulants locaux ont rapidement installé des tables devant leurs boutiques pour profiter de l'affluence de clients attirés par leurs marchandises particulièrement bon marché. Ce quartier montre bel et bien toutes les caractéristiques d'un marché et nous y avons distingué trois sortes d'acteurs dont les « usages » (de Certeau 1990 : 55) liés au commerce diffèrent. Observons tout d'abord les employés des commerçants chinois : en général, chaque boutique emploie deux Sénégalais servant de rabatteurs auprès des membres de leurs réseaux quand les containers de marchandises arrivent de Chine. Ils font également du commerce parallèlement à leur activité d'employés. Notons ensuite la présence de vendeurs et revendeurs à leur compte. Certains sont actifs à plein temps, d'autres saisonniers ou vendeurs occasionnels. Ceux-là ont des tables sur les trottoirs du Centenaire ou pratiquent un commerce ambulant. Tous sont des inconditionnels de la présence chinoise en Afrique et ne comprennent pas l'ambiance anti chinoise qui prévaut parmi les représentants des entrepreneurs et commerçants locaux. « Les Chinois ce sont nos amis, ce que disent ceux de l'UNACOIS (Union nationale des commerçants et industriels du Sénégal), ça les concerne ! Moi je préfère que les Chinois restent ici, car les Sénégalais, c'est leur intérêt. L'État ne donne pas de travail ! Les Chinois en donnent »⁸.

Lorsqu'en 2007, les syndicats de commerçants sénégalais ont réussi à provoquer une vague de manifestations contre les commerçants chinois au Centenaire pour faire pression sur le gouvernement dans l'espoir qu'il ferme le Sénégal aux importateurs chinois, ils ont de fait provoqué la colère de ces jeunes Sénégalais⁹. Ces derniers se considèrent en effet comme « les interlocuteurs privilégiés des Chinois avec lesquels ils négocient directement ». Ils craignent que les Chinois finissent par comprendre à quel point les activités qui gravitent autour d'eux sont lucratives et provoquent donc une concurrence.

Les jeunes installés devant les boutiques chinoises sont à la fois détaillants et grossistes, et ce en fonction des opportunités de commerces qui s'offrent à eux. Ils débutent souvent comme marchands ambulants. Sans emploi, ils cherchent à gagner leur vie en faisant du commerce bien qu'ils n'appartiennent pas aux réseaux implantés permettant l'accès à une formation de commerçants. Les conditions d'accès au marché sénégalais sont en effet strictement normées en ce qui concerne les formations et les passations

8. Interview n° 44, 10/3/2011, Dakar.

9. Interview n° 5, 7/2/2011, Dakar.

de savoir-faire et de capital usuels dans le monde de l'informel (Marfaing & Thiel 2013). C'est pour cette raison que nous utilisons ici le terme de « vendeurs », qui permet de distinguer ces jeunes qui n'ont pas suivi les différents stades de formation imposés par ce qui ressemble à une corporation. Ce manque de formation les empêche d'être considérés comme « commerçants » par leurs pairs¹⁰. Si certains sont bien enregistrés comme « commerçants » ou « marchands ambulants », d'autres sont non seulement informels, mais dans l'illégalité totale : ils ne s'acquittent pas des taxes qu'ils paieraient dans un marché officiel. Ils affirment qu'ils font « comme les Chinois [considérés comme informels et illégaux au Centenaire] » : « Je n'ai pas de carte de commerçant, si un contrôle passe, je fais copain avec les Chinois et je peux dire que je travaille pour eux » (vendeur n° 45, le 10/3/2011, Dakar).

Ces vendeurs commençaient par acheter dans les boutiques du Centenaire quelques marchandises aux Chinois qu'ils revendaient dans les rues ou dans d'autres marchés de la capitale : du coupe-ongle à 100 FCFA revendu 250 aux pochettes à 500 revendues 1 000. Ils pouvaient passer plusieurs fois par jour dans la même boutique chinoise pour se réapprovisionner, c'est-à-dire chaque fois qu'ils avaient épuisé leur stock (employé de commerçant chinois n° 53, 7/2012). Ces produits étaient bon marché et leur permettaient de débiter avec un capital minimum. Les vendeurs pouvaient ainsi diversifier les marchandises et cibler celles qui « marchaient le mieux ». Avec des marges bénéficiaires d'au moins 10 % et la rapidité des rotations de ce « capital-départ », ils pouvaient l'augmenter de façon conséquente. Fiers de leur ascension, ils racontent :

« En 1999 avec 25 000 puis 50 000 FCFA j'achetais des chaussures chinoises en Gambie que je revendais à Guédiawaye [un quartier à la périphérie de Dakar]. Maintenant, les Chinois amènent les marchandises au Sénégal et depuis 2003 avec mes frères petit à petit on augmente le capital. Maintenant on achète chez 4 commerçants [chinois] et on vend 20 à 30 cartons entre 10 et 15 jours. Il y a des cartons à 36 paires, à 40 paires, 60 paires. Sur les chaussures, on gagne 100 et 200 F/paire. Maintenant j'ai un compte en banque à la SGBS » (vendeur indépendant n° 6, 7/2/2011, Dakar).

Cet autre a commencé en 2006 :

« J'achetais au sac, des chaussures à la pièce. C'est en 2007 que je me suis mis au carton, un carton puis plus. Maintenant, j'achète toutes les semaines ou toutes les 2 semaines 6 cartons à 50 000 FCFA » (vendeur indépendant n° 5, 7/2/2011, Dakar).

10. Nous faisons la différence entre commerçants, vendeurs et revendeurs. Cette différenciation provient d'observations faites en histoire anthropologique. Elle ne concerne pas les marchandises vendues, mais la différence de statut des commerçants pour distinguer ceux appartenant à des organisations professionnelles, propriétaires de leur fonds de commerce, ou est utilisée pour différencier leur rôle dans des relations commerciales et culturelles de leur milieu d'origine (MIDDLETON 2003).

Un autre explique qu'il a commencé à acheter des marchandises avec 12 000 FCFA en 2009. Aujourd'hui un rapide décompte de ce qui est « par terre » est estimé à 80 ou 100 000 FCFA de marchandises. Il fait entre 10 et 20 % de bénéfice net (vendeur indépendant n° 43, 10/3/2011, Dakar).

Si Dakar est un grand centre de vente de marchandises chinoises d'importation, il n'est pas le seul en Afrique de l'Ouest. Des vendeurs sillonnent la sous-région pour trouver des marchandises chinoises moins chères. Parmi eux, on rencontre des jeunes bloqués dans leurs rêves de migration. Ils se sont mis au commerce et profitent des divergences entre les politiques d'importation dans les différents pays pour faire du bénéfice sur certaines marchandises. C'est ainsi que des jeunes vendeurs achètent des tissus en provenance de Chine en Gambie pour les revendre à Dakar où ils achètent des chaussures qu'ils revendent à Banjul. D'autres rapportent des téléphones portables de Nouakchott, les revendent à Dakar où ils achètent chaussures et tissus qu'ils ramènent en Mauritanie. Ceux qui finissent par devenir grossistes ont comme clients d'autres jeunes qui, à leur tour, suivent le même chemin qu'eux-mêmes ont mis plusieurs années à parcourir. Ils revendent aussi en gros aux commerçants et vendeurs originaires des pays limitrophes : Mali, Guinée, Mauritanie ou Gambie. Des commerçants téléphonent pour s'informer si de nouvelles marchandises sont arrivées et obtiennent, le cas échéant, des crédits : « Si c'est un bon client qui achète pour 150 000 FCFA de chaussures, il peut payer 100 000 et donner le reste la prochaine fois »¹¹. Grisés par l'essor de leurs affaires, ils ne rêvent que d'aller eux-mêmes en Chine chercher leurs propres marchandises : « Je travaille avec mon grand frère, son ami va en Chine, mais nous on n'a pas l'argent pour y aller »¹². Pourtant, s'ils estiment avoir réussi, ils continuent à ne pas être considérés par les grands commerçants dakarois, même si ces derniers concèdent qu'ils réussissent à gagner de l'argent : « On les appelle "ambulants" mais on sait qu'ils font des affaires à millions. Ils se mettent aussi ensemble pour faire venir un container »¹³. Ils sont considérés comme des « illégaux » : « Ces petits Sénégalais qui importent pour les Chinois qui ne payent rien non plus n'ont pas de domicile fixe, ils ne sont pas joignables ni contrôlables ! L'État ne court pas après : tous ces jeunes-là tant qu'ils font ça, ils ne font pas de bêtises : c'est la soupe de tranquillité pour l'État »¹⁴. Cependant, en mars 2014 la mairie de Dakar a exécuté sa menace de « nettoyer la ville » de tous les ambulants qui obstruent les rues de la capitale¹⁵. Les commerçants

11. Interview n° 5, 7/2/2011.

12. Interview n° 5, 7/2/2011.

13. Interview n° 35, 16/7/2012, Dakar.

14. Interview n° 28, 21/2/2011, Dakar.

15. Voir, à ce sujet, « déguerpissement à Dakar » <<http://cesti-info.net/audio-dakar-quand-le-d%C3%A9guerpissement-des-marchands-ambulants-fait-d%C3%A9bat>> ; <<http://www.lequotidien.sn/index.php/divers/item/20558-d%C3%A9guerpissement-et-recasement-des-marchands-ambulants-1%E2%80%99anama-approuve-la-d%C3%A9cision-de-la-mairie-de-dakar>> ; <http://www.ferloo.com/Sandaga-Khalifa-Sall-declenche-son-operation-de-deguerpissement_a1341.html>.

des marchés estiment que c'est une bonne chose « pour qu'ils payent enfin les taxes qu'ils doivent ! On paye nous ! » (Une commerçante du marché HLM)¹⁶.

Vendeurs/commerçants dans la sous-région

En plus de ces jeunes revendeurs, il convient de signaler l'activité commerciale de vendeurs occasionnels. Des migrants saisonniers originaires de l'intérieur du Sénégal, des agriculteurs qui viennent à Dakar entre les périodes de travail dans les champs pour gagner de l'argent. Les conditions de travail au Centenaire leur permettent de s'improviser commerçants. La plupart rentre en juin au moment du travail dans les champs :

« Je viens du Saloum, ici, beaucoup viennent du Saloum. On vend ici pour acheter des semences. On a deux métiers. Au Saloum, on a des problèmes d'écoulement des récoltes d'arachides. J'envoie les marchandises et l'argent à mes parents. En faisant ce *job* à Dakar, je vis *nice*. Après je me marierai. À Kaolack, il n'y a pas de bénéfice à faire avec les marchandises ; on ne mange que du couscous » (*interview* n° 44, 10/3/2011, Dakar).

Parmi ces vendeurs occasionnels, on trouve aussi des femmes sans capital qui tentent autre chose que la vente des jus de fruits et des plats confectionnés à la maison et proposés aux passants devant chez elles en espérant gagner plus. Souvent chargées de famille, c'est grâce à une tontine qu'elles se lancent dans ce genre de commerce : « 1 000 F/jour pendant deux mois et 15 jours pour 24 à 30 personnes qui se connaissent toutes sur le marché, et je récupère 50 000 FCFA. » Une commerçante, par exemple, cible les très jeunes filles en vendant des bijoux de fantaisie qu'elle achète quand elle veut dans les boutiques chinoises et qu'elle revend sur une table devant ces mêmes boutiques. Elle espère, de cette façon, faire comme ses amies, aller bientôt en Gambie ou « en Mauritanie et ramener des voiles et des parfums »¹⁷.

Mais le *corpus* d'entretiens qui nous permet de dégager nos conclusions est formé par les jeunes commerçants/vendeurs et revendeurs de l'intérieur du Sénégal, mais aussi des pays frontaliers : Gambie, Guinée Conakry et Bissau, Mauritanie et Mali. Nous les avons interviewés à la frontière sénégalomauritanienne, à Rosso, et à la frontière sénégalogambienne ou encore dans les gares routières dakaroises. Ils achètent leurs marchandises en gros aux revendeurs locaux ou directement aux Chinois du Centenaire pour les revendre eux-mêmes en gros ou au détail dans leurs lieux d'origine. Les raisons pour lesquelles ces jeunes sillonnent la région sont multiples mais la plus importante reste celle du prix des marchandises. Circulant dans un espace où les droits de douane à l'importation sont différents selon les ports, ils profitent ainsi des différences sur les prix de revient des marchandises

16. *Interview* n° 47, 5/6/2013, Dakar par téléphone.

17. *Interview* n° 46, 10/3/2011.

selon le port de débarquement. Il n'est pas rare qu'ils arrivent avec des marchandises achetées dans leur pays d'origine pour les revendre et investir le gain perçu dans d'autres marchandises, pratiquement exclusivement chinoises, qu'ils pourront revendre avec un bon bénéfice à leur retour. Les commerçants venant de Guinée Bissau vendent à Dakar de l'huile de palme et des fruits, les Maliens apportent les basins riches du Mali. Le fait que la distance parcourue par rapport à leur domicile, en moyenne 400 km, leur semble raisonnable, motive ces commerçants. Ayant de la famille dans cet espace, ils peuvent se loger gratuitement, ce qui favorise leurs activités (Choplin & Lombard 2010 : 16). Tous estiment obtenir un gain important grâce à ce genre d'activités. Ils améliorent ainsi le quotidien de la famille (51), participent au confort des enfants (frais de scolarité et santé) ou à la construction de la maison ; l'idée que ce gain peut être épargné (30) ou réinvesti dans leurs activités premières (11) semble aussi jouer un rôle important. L'épargne est alors destinée à réaliser un projet d'avenir : la création d'une entreprise, l'import-export ou l'investissement dans l'agriculture (43). Certains ciblent le commerce international — hors Afrique de l'Ouest — : l'Europe (26), le Maroc (15) mais aussi la Chine pour la moitié de nos interlocuteurs (55). Mais, quand on leur demande s'ils continueraient de vendre des marchandises chinoises s'ils avaient le choix, ils ne sont plus que 8 à répondre par l'affirmative. Dubaï reste l'objectif de commerce le plus courant et le *summum* de la réussite (81). D'ailleurs, certains grands commerçants le confirment :

« En Chine il y a trop de concurrence ; les Sénégalais retournent à Dubaï. Il y a 6 ou 7 ans il y a eu le mouvement Dubaï vers la Chine. Maintenant c'est l'inverse qui se produit » (*interview* d'une grande commerçante n° 35, 16/7/2012, Dakar)¹⁸.

Il reste qu'un tiers de nos interlocuteurs (30) nomme la migration vers l'Europe comme l'objectif de leurs investigations. Alors qu'entre 2005 et 2009 la Chine a été perçue comme une éventuelle destination alternative à la migration vers l'Europe (Li *et al.* 2007 ; Dittgen 2010a ; Baron 2012 ; Bodomo 2012), aucun de nos interlocuteurs n'a confirmé cette idée¹⁹.

18. Ceci nous a été confirmé lors d'un terrain à Guangzhou (Canton) en Chine, en juin-juillet 2013 : le voyage en Chine coûte plus cher et en général il faut y rester plus longtemps et attendre la production/livraison des marchandises commandées. Si on s'est bien organisé, les stocks sont disponibles à Dubaï, le billet d'avion est moins cher et on peut n'y rester que deux ou trois jours pour récupérer les marchandises.

19. Nos propres investigations à Yiwu (dans la province du Zhejiang) et à Canton en juin-juillet 2013, confirment que, à part pour y faire des affaires, du commerce ou des études, indépendamment des difficultés pour obtenir un permis de travail ou de séjour, il n'y a pratiquement aucune chance d'emplois en Chine dans une entreprise chinoise, pour un migrant originaire d'Afrique. Les seuls visas obtenus assez facilement sont des visas d'affaires qui, par définition, sont limités à quelques semaines, le temps de réaliser lesdites affaires, ce qui limite fortement les possibilités d'immigration.

Profil des vendeurs, commerçants et revendeurs de la sous-région

Grâce aux *interviews* effectuées, nous avons pu dégager un profil de ces vendeurs en mobilité. Tout d'abord des critères d'ordre démographique : leur âge, situation familiale et niveau d'études. La moitié d'entre eux (52) a entre 30 et 40 ans ; l'autre moitié s'équilibre entre ceux qui ont moins de 30 ans et plus de 40, et l'éventail des âges est plus diversifié parmi ceux qui adoptent des stratégies de complémentarité des activités. La majorité de notre groupe-cible est mariée (60 dont 10 sans réponse) et il semblerait que d'une manière générale les membres de la famille soient plus actifs ou que les familles soient moins nombreuses qu'elles ne le furent puisque pratiquement tous ont déclaré avoir moins de dix personnes à charge (80 dont 10 sans réponse).

Le niveau d'études de nos interlocuteurs diffère en fonction des activités et des lieux. On s'aperçoit que peu d'entre eux ont suivi un apprentissage ou une formation dans le commerce auprès d'un membre de leur famille (Mauritanie 13/50 ; Gambie 13/40), comme cela était la norme dans le monde de l'informel dans les années 1980-2000 (Marfaing & Sow 1999 : 204), et l'est encore en majorité dans les grandes villes (Marfaing & Thiel 2013). Alors qu'à la frontière sénégal-mauritanienne, en majorité des Sénégalais, le ratio entre personnes ayant une formation secondaire et supérieure (26/50) et celles qui ont une formation coranique (15/50) et/ou primaire (9/50) est pratiquement égal, à la frontière sénégal-gambienne la majorité des personnes interviewées, originaires de Guinée Bissau et Conakry, Gambie, Mali mais aussi du Sénégal, n'a qu'une formation coranique et/ou primaire (29/40 contre une formation secondaire 11/40). Cela s'explique par le fait que pour plus de la moitié de ces derniers (27/40), le commerce représente une activité complémentaire à une activité principale, l'agriculture (19/40) ou encore la pêche ou l'élevage, contre moins d'un tiers à Rosso qui sont principalement agriculteurs et/ou éleveurs (12/50). À Rosso également quelques-uns cumulent une activité urbaine pour laquelle ils ont été formés avec le commerce (maçon, électricien, boulanger ou soudeur) (6/50). Même si la proportion de ceux qui sont dans le commerce depuis plus de dix ans est plus importante à Rosso (19/50), il reste que pratiquement la moitié de notre groupe-cible (48/102) n'est dans le commerce que depuis moins de cinq ans, et ceux qui s'y adonnent depuis moins de dix ans n'en représentent que le quart. Ceci confirme le fait que nous avons bien affaire à un groupe de population qui saisit l'opportunité d'un changement de situation récent dû à l'importation massive des marchandises chinoises pour se lancer dans le commerce.

Comme nous venons de le voir, la majorité de nos interlocuteurs actifs dans le commerce n'a qu'un niveau d'études primaire ou coranique, et confirmerait le propos largement tenu par nos interlocuteurs pour qui « le commerce reste l'activité lucrative possible quand on n'a rien appris d'autre » ; pourtant des études antérieures ont montré que ceux qui ont fait des études

secondaires ont plus de chance de pouvoir se diversifier, voire de créer des entreprises comme nous l'avons constaté parmi les commerçants étrangers de Bamako. Et l'on constate une corrélation entre la faculté d'investissement à long terme ou encore les stratégies de diversification et les études (Marfaing 2013).

Investissements dans les affaires et organisation du marché

Bien que nous considérions nos interlocuteurs comme de petits commerçants, la valeur du budget investi reste conséquente pour le niveau de vie sénégalais. Le salaire minimum étant à peu près de 50 000 FCFA (≈ 76 €).

RÉPARTITION DU BUDGET INVESTI EN FCFA ET ORIGINE DES COMMERÇANTS

Budget investi/ achat	– de 300 000	350 000 à – de 500 000	550 000 à – de 850 000	900 000 à – de 1 500 000	1 550 000 à – de 2 000 000	+ de 2 500 000	Total
Espace sénégal- mauritanien	22	15	3	4	1	4	49
Espace Gambie/ Guinée	23	13	3	1			40
Étrangers à Dakar				1		9	10
	45	28	6	6	1	13	99

La grande majorité des commerçants interviewés (73) n'investit pas plus de 500 000 FCFA, soit à peine 1 000 € dans l'achat des marchandises, alors que seulement 10 % investissent plus de 2 millions de FCFA (3 000 €). Parmi ces derniers, tous les commerçants étrangers rencontrés à la gare routière de Dakar, aucun n'a suivi une formation scolaire secondaire ou supérieure. Ce capital investi vient de la famille, des gains de l'activité complémentaire ou des économies réalisées dans le commerce. Les commerçants actifs à la frontière mauritano-sénégalaise ont légèrement plus d'assise que ceux de la frontière gambienne.

La famille joue un grand rôle dans l'apport financier puisque plus d'un tiers de nos interlocuteurs (38) a profité d'un prêt d'un membre de la famille. Toutefois, la moitié de nos interlocuteurs investit ses propres économies dans le commerce, issues en général du commerce même et, on peut le supposer, d'une accumulation progressive. Le fait que certains aient obtenu des crédits bancaires est assez intéressant car il n'y a pas si longtemps, les commerçants, en général informels, n'avaient aucune relation avec les banques. Il

ORIGINE DU CAPITAL INVESTI DANS LES MARCHANDISES

Origine du budget	Famille	Activité complémentaire	Commerce ou fonds propres	Crédit bancaire	Tontine
Espace sénégal-mauritanien	25	4	19	16	1
Espace Gambie/Guinée	10	1	30		
Étrangers à Dakar	3	4	5	2	
Total	38	9	54	18	1

faut cependant mentionner que ces banques sont des coopératives et des banques de crédits mutuels, comme la PAMECAS (Partenariat pour la mobilisation de l'épargne et du crédit au Sénégal) ou la CMS (Crédit mutuel du Sénégal). Ces institutions ont créé un cadre juridique et réglementaire pour les mouvements associatifs en prenant en considération des habitudes d'épargne informelle comme celles des tontines.

Les fournisseurs des commerçants interviewés se partagent entre les commerçants chinois et les commerçants locaux. Seulement trois des dix étrangers interviewés aux gares routières ont déclaré acheter des marchandises chinoises ailleurs que dans le quartier du Centenaire à Dakar. Les 40 commerçants rencontrés à la frontière gambienne achètent tous leurs marchandises au marché de Banjul et 7 d'entre eux font le va-et-vient entre les marchés de Banjul et de Dakar. Quant aux 50 commerçants rencontrés à la frontière mauritanienne, tous achètent leurs marchandises à Nouakchott et 9 d'entre eux disent les acheter également à Dakar. Les achats groupés pour le transport se font peu. Seulement 7 personnes interrogées à la frontière mauritanienne et une seule à la frontière gambienne le font. Même si les commerçants déclarent être en partenariat ou en réseau avec d'autres commerçants, notamment ceux de la frontière mauritanienne (19/50) — plus nombreux que ceux interrogés à la frontière gambienne (4/42) —, il semblerait que ces partenaires, pour l'achat des marchandises groupées, soient plutôt des informateurs : ils les appellent lorsque les marchandises chinoises arrivent à Banjul (2 sur les 4) ou les aident au financement des marchandises dans la mesure où ils font des crédits marchandises. C'est-à-dire que les marchandises ne sont payées qu'une fois vendues (19/50 à la frontière mauritanienne), ou encore qu'ils leur font de meilleurs prix.

Les marchandises sont transportées en colis par les transports en commun, mini car ou bus ou même en taxi brousse. Certains commerçants peuvent confier leurs colis au chauffeur du bus, notamment les étrangers

de la gare routière de Dakar. C'est une manière de contourner les taxes demandées aux frontières (6 Guinéens, 3 Gambiens et 1 Guinéen). Le prix du transport est très variable et la majorité de nos interlocuteurs (57) investit entre 15 000 et 30 000 FCFA ; mais à l'exception d'une dizaine qui investissent plus de 50 000 FCFA, les autres (33) payent moins de 10 000 FCFA²⁰. Ce prix de transport est déduit du bénéfice.

Enfin ces commerçants s'estiment formels. Ils ont des cartes de commerçants et payent les taxes pour l'emplacement de leurs boutiques ou de leurs tables, s'acquittent de leurs taxes douanières, même s'il est difficile de vérifier s'il s'agit d'un arrangement entre douaniers et commerçants ou s'ils payent réellement des taxes en fonction de la déclaration des marchandises sur factures. Ils disent aussi payer l'impôt, même si l'expérience nous montre qu'ils confondent souvent impôts et taxes. S'ils payent réellement un impôt sur le revenu, il ne peut être que forfaitaire²¹. En revanche, le paiement de la *zakat* (la dîme du culte musulman) ne semble plus être une évidence comme cela le fut, puisque seulement 29 de nos interlocuteurs disent s'en acquitter.

Quelles marchandises pour quels commerçants à quel endroit

Les mobilités des commerçants originaires de la sous-région définissent une sorte de « zone technique » (Barry 2006 : 242) dont les délimitations sont déterminées par la mise en corrélation des circulations des marchandises et des personnes. Cette « zone » s'est créée en fonction des axes de circulation et des relations qui se sont développées entre les commerçants et les clients et la demande de ces derniers perçue par les commerçants. Dans cet espace, les commerçants sont en compétition et les limites restent floues et non liées aux frontières des États, même si celles-ci jouent un rôle puisqu'elles restent le passage obligé des marchandises pour leur contrôle. A. Tarrius (1996) a appelé ces espaces de circulation des « territoires circulatoires », définis par la circulation des hommes alors que les « zones techniques » le sont par celle des biens. Effectivement, dans les espaces que nous observons, les biens jouent un rôle essentiel alors que même dans ces zones se créent de nouvelles formes de relations et de médiations (Foucault 1975 : 188) émergeant d'intérêts communs qui y sont liés. Ici le lien « marchandise »

20. Entre 23 et 45 €.

21. Jusqu'à un chiffre d'affaires de 330 000 FCFA, le montant de l'impôt forfaitaire est de 5 000 FCFA/an, de 330 001 à 500 000 FCFA de 15 000 FCFA et jusqu'à 1 000 000 de 30 000 FCFA. Ce n'est qu'au-delà d'un chiffre d'affaires de 50 millions de FCFA (impôt forfaitaire de 1 500 000 FCFA) que le commerçant est obligé de faire une déclaration sur le revenu (ministère des Impôts, Dakar, février 2011).

est le critère de création de l'espace et non les relations entre les différents protagonistes, et seulement une approche multi située du phénomène en rend compte : ces marchandises originaires de Chine sont recherchées pour leurs qualités, c'est-à-dire leur prix abordable et donc pour les changements de vie/de consommation/ qu'elles impliquent (Barry 2006 : 242) : quelles marchandises pour quelles populations en fonction de quels besoins ? Les besoins des populations des régions sont très divers.

MARCHANDISES TRANSPORTÉES PAR LES COMMERÇANTS

Marchandises	Tissus	Téléphones	Matériel électronique (radios, TV)	Cosmétiques	Vêtements et chaussures	Compléments avec produits locaux (fruits et légumes)
Espace sénégal-mauritanien	28	24		15	11	11
Espace Gambie/ Guinée	17		6		25	1
Étrangers à Dakar					10	
	45	24	6	15	46	12

À Dakar, les commerçants qui vendent des marchandises chinoises se démarquent des commerçants chinois en vantant leurs marchandises qui seraient de meilleure qualité parce qu'elles passent par l'Europe, les États-Unis ou Dubaï ou parce que les commerçants africains les importent eux-mêmes directement de Chine (Marfaing & Thiel 2013). Alors que tous nos interlocuteurs aux frontières ou dans les gares routières vendent des marchandises originaires de Chine, il est toutefois étonnant de constater qu'une minorité d'entre eux (19) indique réellement la provenance des marchandises. Les provenances citées sont l'Europe et le Maroc ou même le Mali mais surtout Dubaï (en bonne place, 41). Ainsi les commerçants se différencient des Chinois dont les marchandises sont réputées de très mauvaise qualité et optimisent la confiance de leurs clients. Celui qui résout l'équation entre les besoins de sa clientèle et le capital confiance de ces derniers aura plus de succès que celui qui se déplace à l'aveuglette en vendant des marchandises chinoises.

L'espace de circulation est déterminé par les marchandises et l'envergure de leurs circulations, une moyenne de 400 km autour des points d'approvisionnement, comme le signalent nos interlocuteurs.

ESPACE DES CIRCULATIONS DES COMMERÇANTS INTERVIEWÉS



Cet espace est aussi déterminé par la fréquence des circulations. Les commerçants frontaliers représentent un groupe mobile à part dans la mesure où ils adoptent une stratégie de va-et-vient très serrée entre les pays de la sous-région. Ils circulent entre les villes pour des périodes et à des intervalles variés, de plusieurs fois par mois à tous les trois mois avec une fréquence moindre pour la frontière sénégal-mauritanienne²².

22. Plusieurs fois par mois : 32 ; tous les mois : 43 ; tous les deux à trois mois : 12. Certains ont signalé que leurs déplacements dépendaient de la vitesse à laquelle ils vendaient leurs marchandises : 9.

La durée de leur séjour est également très variable, même si une grande majorité (62) admet ne rester que deux ou trois jours sur place. Certains (17) ne restent même que quelques heures ou encore un peu plus de cinq jours (9). Rares sont ceux (4) qui restent un mois ou plus. La fréquence des voyages et la courte durée de séjour caractérisent cet espace de circulation, à cheval sur plusieurs frontières, perçu par nos interlocuteurs comme un espace transnational. Ils acceptent l'idée de frontière nationale, d'autant plus qu'ils jouent eux-mêmes sur les législations d'importations nationales pour optimiser leurs gains. En grande majorité, ils estiment que les demandes des douaniers au passage des frontières sont correctes ; seule une quinzaine d'entre eux estiment que les taxes sont trop élevées et 27 avouent négocier les montants avec les douaniers. Ce rapport à l'État et aux frontières a positivement évolué par rapport à la perception qu'en avaient les opérateurs économiques, rencontrés à la fin du siècle dernier. Effectivement, ils estimaient que la fraude des marchandises leur faisait faire un bénéfice consistant sur le long terme et que même le montant relativement important de l'amende qu'ils payaient, quand ils se faisaient prendre, n'avait pas vraiment de conséquence sur ce bénéfice dans la longue durée (Marfaing & Sow 1999 : 245). Étonnamment, alors que l'on sait que les commerçants transnationaux craignent les passages de frontières (Choplin & Lombard 2010 : 26) et contrairement aux perceptions antérieures, seulement 11 d'entre eux estiment être victimes de tracasseries aux frontières de la part des agents de l'État, et ce, exclusivement à la frontière sénégal-mauritanienne. Est-ce dû aux faibles quantités de marchandises transportées, permettant encore des négociations avec l'administration ?



Comportements novateurs et adaptation

Les commerçants transfrontaliers qui s'adonnent au commerce dans ces espaces sont en grande majorité jeunes et, pour la plupart, non professionnels. Ils n'ont pas de formation de commerçants et ont souvent une autre activité ou une autre formation qui ne leur rapporte pas suffisamment pour vivre, entretenir leur famille et faire progresser l'activité à laquelle ils s'étaient destinés.

Ils ont su saisir une opportunité de commerce induite par la présence chinoise ou celle des marchandises chinoises importées par les commerçants africains. Cette constellation a permis l'émergence d'un environnement nouveau auquel ces jeunes se sont adaptés. Ils revendent des marchandises chinoises en cherchant celles qui intéressent des clients en un lieu donné.

Leur comportement est novateur au niveau des stratégies de commerce, des espaces couverts et de la création de besoins ou la satisfaction des besoins de leurs clients. Ils développent des stratégies de vente en valorisant la qualité des marchandises pour se démarquer dans l'environnement concurrentiel dans lequel ils circulent. Originaires de la région dans laquelle ils vendent les marchandises, ils profitent, contrairement aux Chinois, de la confiance que leur portent leurs clients. Dans les régions reculées mal desservies par les infrastructures et le commerce, ils sont devenus indispensables pour apporter non seulement les marchandises destinées à subvenir aux besoins de consommation courante (plats, électronique, matériel électrique, etc.), mais aussi pour faire circuler « la mode » à bon marché (chaussures, vêtements, accessoires et cosmétiques), influençant par là les habitudes de consommation des populations locales pauvres pouvant elles-aussi, comme les classes moyennes, acheter le pagne neuf, les chaussures neuves pour les cérémonies ou les fêtes ou simplement habiller leurs enfants pour la rentrée des classes.

En fonction de l'espace à couvrir pour acheter des marchandises dans les grandes villes de la région, Banjul, Nouakchott et Dakar, là où les grossistes sont susceptibles de leur livrer la marchandise adéquate, des infrastructures à leur disposition et de la distance à parcourir pour satisfaire leur clientèle, ils peuvent ainsi établir leur prix de revient.

Avec leur appartenance aux réseaux confrériques et/ou d'affaires et leur intégration aux réseaux locaux dans lesquels les informations circulent, leur mobilité est la clé de leur réussite dans les affaires. Grâce à leur adaptation aux nouvelles données sociales et économiques induites par la politique commerciale chinoise favorisant les importations de marchandises chinoises ou la globalisation qui encourage non seulement la présence chinoise en Afrique mais également la circulation des commerçants africains en Chine, tous voient une chance de sortir de leur précarité avec un engagement dans des activités locales alors qu'il y a quelques temps encore, nombre d'entre eux ne voyaient de solution que dans la migration.

German Institut for Global and Area Studies (GIGA), Hambourg.

BIBLIOGRAPHIE

BARON, L.

- 2012 « Ces Africains à la conquête de l'Eldorado chinois », *TV5 Monde*,
<<http://information.tv5monde.com/info/ces-africains-la-conquete-de-l-eldorado-chinois-3639>>.

BARRY, A.

- 2006 « Technological Zones », *European Journal of Social Theory*, 9 (2) : 239-259.

BATES, D.

- 2005 *Human Adaptive Strategies, Ecology, Culture and Politic*, Toronto, Allyn and Bacon Press.

BENNETT, J. W.

- 1976 *The Ecological Transition : Cultural Anthropology and Human Adaptation*, New York, Pergamon Press. <http://books.google.de/books?hl=de&lr=&id=2EhmCIsuLzsC&oi=fnd&pg=PR7&dq=The+ecological+transition:+Cultural+anthropology+and+human+adaptation%2Bbennett&ots=QMaeLDVTho&sig=7f5QChhgn-MV2CI5tgLXDA0uR_I&redir_esc=y>.

BERTONCELLO, B. & BREDELOUP, S.

- 2006 « La migration chinoise en Afrique : accélérateur du développement ou “sangle de l'homme noir” ? », *Afrique contemporaine*, 218 (2) : 199-224.

BODOMO, A.

- 2012 *Africans in China. A Sociocultural Study and its Implications on China-African Relations*, New York, Cambria Press.

BOUDON, R.

- 2002 *L'adaptation sociale, Encyclopædia Universalis*, France, Encyclopædia Universalis SA : 250-251.

DE CERTEAU, M.

- 1990 *L'Invention du quotidien*, 1. *Arts de faire*, Paris, Gallimard.

CHOPLIN, A. & LOMBARD, J.

- 2010 « “Suivre la route”. Mobilités et échanges entre Mali, Mauritanie et Sénégal », *EchoGéo*, 14, <<http://echogeo.revues.org/12127>>.

DITGEN, R.

- 2010a *L'Afrique en Chine : l'autre face des relations sino-africaines ?*, China Institute (« Économie »), décembre,
<http://www.china-institute.org/articles/L_Afrique_en_Chine_l_autre_face_des_relations_sino_africaines.pdf>.
- 2010b « From Isolation to Integration ? A Study of Chinese Retailers in Dakar », *Occasional Paper 57*, South African Institute of international Affairs,
<<http://www.saiia.org.za/occasional-papers/from-isolation-to-integration-a-study-of-chinese-retailers-in-dakar.html>>.

ÉLIAS, N.

1991 [1939] *La société des individus*, Paris, Fayard.

FOUCAULT, M.

1975 *Surveiller et punir*, Paris, Gallimard.

GOUYON, P.-H.

1984 *Le concept d'adaptation est-il en crise dans les sciences biologiques ?*, Paris, Mémoire de DEA, Montpellier, Université Paul Valéry,
<http://www.evolutionhumaine.fr/dea_gouyon.pdf>.

GUILLE-ESCURET, G.

2007 « Anthropologie et théorie de l'évolution », in P. BONTE & M. IZARD (dir.), *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie*, Paris, Quadrigé « Dicos poche ») : 761-762.

LABORIT, H.

1974 « Action et réaction. Mécanismes bio et neurophysiologiques », *Agressologie*, 15 (5) : 303-322.

1976 *Éloge de la fuite*, Paris, Robert Laffont.

LI, Z. & XUE, D. ET AL.

2007 « Ethnic Enclave of Transnational Migrants in Guangzhou : A Case Study of Xiaobei », *Acta Geographica Sinica*, 63 (2) : 208-218.

MARFAING, L.

2013 « Mobility for Resources and Local Development in West Africa », in R. L. MCKENZIE & A. TRIULZI (eds.), *Long Journeys : Lives and Voices of African Migrants on the Road*, Leiden, Brill Aegis African Studies : 135-163.

MARFAING, L. & SOW, M.

1999 *Les opérateurs économiques au Sénégal, entre le formel et l'informel (1930-1996)*, Paris, Karthala.

MARFAING, L. & THIEL, A.

2011 *Chinese Commodity Imports in Ghana and Senegal : Demystifying Chinese Business Strength in Urban West Africa*, November 2011, Working Paper Giga-Hamburg, n° 180, <http://www.giga-hamburg.de/dl/download.php?d=/content/publikationen/pdf/wp180_marfaing-thiel.pdf>.

2013 « New Actors, New Orders : The Changing Norms Of Market Entry In Senegal's And Ghana's Urban Chinese Markets », *Africa, Journal of the International African Institute*, Cambridge, 83 (4) : 646-669,
<<http://journals.cambridge.org/AFR>>.

à paraître « Demystifying Chinese Business Strength in Urban Senegal and Ghana : Structural Change and the Performativity of Rumors », *CJAS*, 48 (3) : 405-423.

MBEMBE, A.

2013 [2010] *Sortir de la grande nuit. Essai sur l'Afrique décolonisée*, Paris, La Découverte.

MIDDLETON, J.

2003 « Merchants : An Essay in Historical Ethnography », *The Journal of the Royal Anthropological Institute*, 9 (3) : 509-526.

NACE (République du Sénégal, Note d'analyse du commerce extérieur)

2010 <http://www.ansd.sn/publications/annuelles/NACE_2010.pdf>.

2011 <http://www.ansd.sn/publications/annuelles/NACE_2011.pdf>.

ROBSON, E.

1978 « Utilisation du concept d'adaptation en anthropologie culturelle », *Social Science Information*, 17 : 279-335, <<http://ssi.sagepub.com/content/17/2/279>>.

SIMONET, G.

2009 « Le concept d'adaptation : polysémie interdisciplinaire et implication pour les changements climatiques », *Natures Sciences Sociétés*, 4 (17) : 392-401, <<http://www.cairn.info/revue-natures-sciences-societes-2009-4-page-392.htm>>.

TARRIUS, A.

1996 « Territoires circulatoires et espaces urbains », in M. MORKVASIC & H. RUDOLPH (dir.), *Migrants. Les nouvelles mobilités en Europe*, Paris, L'Harmattan : 93-117.

RÉSUMÉ

Une grande partie des marchandises chinoises qui pénètrent en Afrique de l'Ouest, par les ports de Dakar, Banjul ou Nouakchott, importées tant par les commerçants chinois qu'africains, sont vendues dans les marchés urbains et circulent dans l'espace sous-régional. La circulation de ces marchandises dans cet espace est uniquement le fait de commerçants, vendeurs et revendeurs africains. Le faible prix de ces produits et la flexibilité des Chinois pour vendre à toutes sortes d'acheteurs des quantités variées facilitent les transactions, offrent de nouvelles possibilités d'entrer dans l'activité commerciale à nombre de jeunes Africains devenus ainsi commerçants locaux, frontaliers ou transnationaux dans un espace où les possibilités d'émigrer deviennent de plus en plus rares et favorisent ainsi une recrudescence de la mobilité sous-régionale. Cette mobilité, tant géographique que sociale, est le résultat d'une adaptation constante. Elle montre la capacité des jeunes à développer des comportements novateurs dans des contextes d'adversité environnementale, économique ou politique ou à capter des opportunités déclenchées par l'installation de nouveaux acteurs dans l'espace social.

ABSTRACT

Import of Chinese Commodities and Sub-Regional Mobility in West Africa. — A large part of the Chinese goods entering West Africa via the ports of Dakar, Banjul and Nouakchott, imported by both Chinese and African merchants, circulate in the sub-regional area. Such circulation of made in China goods is facilitated by African traders, sellers and resellers. The affordability of these products and the flexibility of the Chinese traders to sell all buyers regardless of their purchasing power have

facilitated market flow and provided new ways of accessing the market for many young Africans. Young Africans previously unexperienced in trade can now become local or/and transnational traders in West Africa, an area where opportunities to emigrate are rarer. The newfound career opportunities for these young traders thus contribute to the increase of the sub-regional mobility. This mobility, both geographical and social, is the result of constant adaptation by young entrepreneurs. It shows their ability to innovate in adverse economic or political contexts and to grasp opportunities created by new players, such as Chinese importers, in a social space.

Mots-clés/Keywords : Afrique de l'Ouest, Banjul, Dakar, Nouakchott, Chinois, circulations de marchandises, importations, marchandises chinoises, mobilité sous-régionale/ West Africa, Banjul, Dakar, Nouakchott, Chinese sojourners, circulation of goods, importations, chinese goods, sub-regional mobility.